



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Abbas, A.K., Aster, J.C., dan Kumar, V. 2015. Buku Ajar Patologi Robbins. Edisi 9. Singapura: Elsevier Saunders.

Adam Meltz. 2012. THE SOCIAL CUSTOMER - How Brands Can Use Social CRM to Acquire, Monetize, and Retain Fand, Friends, and Followers. New York : The McGraw-Hill Companies

Alimul Hidayat A.A., (2010). Metode Penelitian Kesehatan Paradigma Kuantitatif, Jakarta: Heath Books

Bungin, Burhan. (2013). Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Creswell, John. (2014). Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed (Edisi Ketiga). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Don Peppers & Martha Rogers. (2011). Managing Customer Relationships. A Strategic Framework Second Edition. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey. In Canada. United States of America. +5

Kincaid, J.W. (2003), Customer Relationship Management: Getting it Right!, Prentice-Hall PTR, Upper Saddle River, NJ

Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi Sembilan). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Griffin, Jill. (2005). Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Greenberg. 2010. CRM at the Speed of Light - Social CRM Strategies, Tools, and Techniques for Engaging Your Customers. New York : Mc-Graw Hill

Kriyantono, Rachmat. (2009). Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Prenada Media Group.

Ledingham, John. (2003). Explicating Relationship Management as a General Theory of Public Relations. Journal of Public Relations Research, 15(2), 181–198

Lovelock, C, dan John Wirtz, 2011. “Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7”. Jakarta : Erlangga

Mehta, Amisha M. & Xavier, Robina J. (2009) Public relations management in organisations. In Chia, Joy & Synnott, Gae (Eds.)

Neuman, W. Lawrence. (2013). Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. Jakarta: Indeks.

Rogen Baran, Christopher Zerres & Michael Zerres. 2014. Customer Relationship Management. (bookboon.com)

Schiffman, I.G., & Leslie L.K., 2004. Consumer Behavior. 8th edition. Prentice Hall, New Jersey.

Solomon. R. M., 2002. Consumer Behaviour :Buying, Having, & Being. 5th edition. Prentice Hall. New Jersey.

Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Bandung: Alfabeta.

Tench, Ralph & Yeomans, Liz. (2006). Exploring Publice Reltaions. England :Pearson Education Limited.

SKRIPSI

Novitasari, Evi. 2007. “PENGARUH MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Pada kartu VIP Chandra Departement Store di Bandar Lampung)”. Skripsi. Universitas Lampung, Lampung.

Sari, Hertika K. 2009. “Efektivitas Loyalty Program dalam Customer Relationship Management terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kegiatan Divisi Retensi dalam Pelaksanaan Loyalty Program “Im3@School Community” pada PT Indosat Tbk. Kantor Cabang Malang)”. Skripsi. Universitas Brawijaya, Malang.

INTERNET

Diakses pada 20 Mei 2019, dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Starbucks>

Diakses pada 18 Juni 2019, dari <http://www.starbucks.co.id/about-us/our-heritage/starbucks-in-indonesia>